



Kundenpotenziale richtig erschließen

INNOFACT Marken-Funnel-Analyse

Was macht Ihre Marke aus? Warum kaufen Konsumenten Ihre Marke? Was sind die Barrieren? Und vor allem: Wie können Sie möglichst viele Kunden von Ihrer Marke überzeugen? Loyale Markenverwender sind natürlich die liebste Kundengruppe. Doch bis dahin ist es ein weiter Weg.

Nutzen Sie die Marken-Funnel-Analyse von **INNOFACT**, um das Entscheidungsverhalten Ihrer Kunden im Kaufprozess zu analysieren. Finden Sie heraus, welche Rolle Ihre Marke in der Lebenswelt Ihrer Kunden spielt und wo es Stellschrauben gibt, Ihre Marke hier stärker zu verankern.

In Funnel-Analysen erfahren Sie, an welchen Stellen des Entscheidungsprozesses Ihre Marke gut funktioniert, wann potenzielle Kunden abspringen und was Sie tun können, um Ihre Conversion auf allen Stufen im Verkaufstrichter zu verbessern.



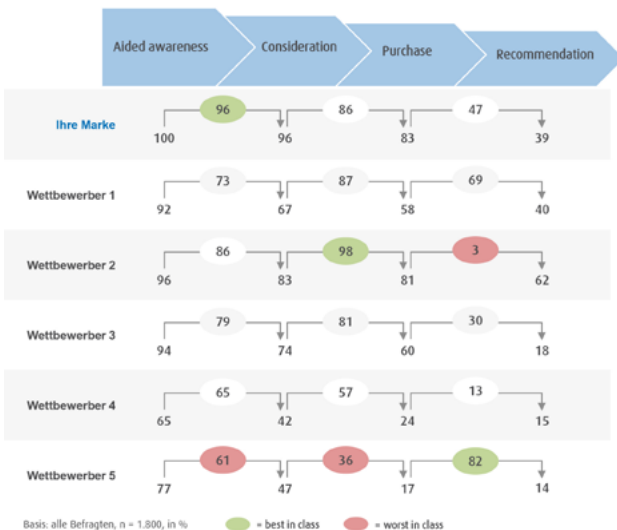
Verstehen Sie die Beweggründe Ihrer Kunden

Im Funnel – zu Deutsch „Trichter“ – werden die verschiedenen Stufen der Customer Journey eines Kunden idealtypisch dargestellt: von demjenigen, der die Marke schon einmal gehört hat, bis hin zum tatsächlichen Käufer und Stammkunden. Wie bei einem Trichter wird dabei der Durchfluss an Kunden immer geringer, weil auf jeder Stufe weitere Personen aus dem Entscheidungsprozess zugunsten Ihrer Marke aussteigen.

So funktioniert es

INNOFACT befragt Ihre Zielgruppe mit Hilfe des erprobten Fragensets zur Marken-Funnel-Analyse. Gegebenenfalls wird der bestehende Standard-Fragebogen geringfügig angepasst, um das Kaufverhalten in Ihrem Marktsegment optimal abzubilden. So erhalten Sie eine individuelle, ganz auf Ihren Markt und Ihre Kunden zu rechtgeschnittene Analyse des Entscheidungsprozesses potenzieller Käufer oder Nutzer.

INNOFACT Marken-Funnel: Hauptwettbewerber



Diese Fragen werden beantwortet

- Wie viele Kunden kennen Ihre Marke?
- Wie viele ziehen einen Kauf in Erwägung?
- Wie viele kaufen Ihr Produkt?
- Warum verlassen Kunden den Prozess?
- Auf welchen Stufen verlieren Sie besonders viele potenzielle Kunden - und was können Sie dagegen tun?
- Wer sind die Wiederkäufer? Wo sind die loyalen Käufer?
- Wie schneidet Ihre Marke im Vergleich zu Ihren Hauptwettbewerbern ab?

Das liefert INNOFACT

- **INNOFACT** ermittelt, auf welchen Funnel-Stufen Sie gut positioniert sind und wo Sie beim Übergang von der einen auf die nächste Stufe heute vielleicht noch überdurchschnittlich viele potenzielle Käufer bzw. Nutzer verlieren.
- **INNOFACT** untersucht detailliert, welche Gründe gegen das Erreichen der nächsten Stufe gesprochen haben – und welche Hebel Sie einsetzen können, um dieser Erosion entgegenzuwirken.
- Ihr Funnel wird mit dem Ihrer Wettbewerber verglichen und es zeigt sich, wo Sie besser oder schlechter positioniert sind.
- **INNOFACT** trackt Ihren Funnel und misst den Erfolg Ihrer Maßnahmen zur Verbesserung der Conversion, auf Wunsch auch regelmäßig.

Foto: Adobe